

SPIS TREŚCI

Wprowadzenie	9
Rozdział I	
Znaczenie małych i średnich przedsiębiorstw w rozwoju regionu — nowe wyzwania	19
1. Ogólna charakterystyka roli małych i średnich przedsiębiorstw w gospodarce regionu	19
2. Przedsiębiorczość i konkurencja regionalna jako element rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw	23
3. Rynek wewnętrzny jako ogniwo spójności regionalnej	29
4. Komitet Regionów jako ogniwo wspierania rozwoju rynku wewnętrznego	33
5. Ochrona konsumenta jako element polityki spójności rynku wewnętrznego	35
6. Koncentracja i konkurencja na rynku wewnętrznym jako element spójności regionalnej	37
7. Orientacja proekologiczna w zarządzaniu gospodarką regionalną w Unii Europejskiej	43
8. Zarządzanie ekologiczne w strategiach przedsiębiorstw regionalnych	47
9. Ochrona środowiska naturalnego w regionie a rozwój małych i średnich przedsiębiorstw	52
<i>Literatura</i>	55
Rozdział II	
Rozwój regionalny w Narodowym Planie Rozwoju	57
1. Zintegrowany program operacyjny rozwoju regionalnego	57
2. Informacja w regionie a rozwój konkurencyjności małych i średnich przedsiębiorstw	62
3. Partnerstwo regionalne w procesach gospodarczych	65
Istota i przejawy partnerstwa regionalnego	65

Struktura więzi partnerskich w regionie	68
Przedsiębiorczość jako obszar partnerstwa regionalnego	71
4. Dynamika wartości marketingowych w regionie	74
5. Podejście procesowe do zarządzania dystrybucją w regionie	78
Istota podejścia procesowego do dystrybucji	78
Wyróżniki podejścia procesowego do dystrybucji	80
6. Korzyści i koszty małych i średnich przedsiębiorstw po wstąpieniu Polski do Unii Europejskiej	82
7. Prezentacja i komentarz wyników badań empirycznych	86
<i>Literatura</i>	106

Rozdział III

Małe i średnie przedsiębiorstwa jako podmiot sprawczy przedsiębiorczości regionalnej	108
1. Zarządzanie przez przedsiębiorczość małymi i średnimi przedsiębiorstwami	108
2. Przedsiębiorczość w strategii rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw	110
Cele przedsiębiorczości w strategii rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw	111
Charakterystyka celów przedsiębiorczości małych i średnich przedsiębiorstw	114
Bariery rozwoju przedsiębiorczości małych i średnich przedsiębiorstw	116
3. Potrzeby szkoleniowe w zakresie wyzwalania przedsiębiorczości w regionie	119
4. Potrzeby szkoleniowe małych i średnich przedsiębiorstw w zakresie wyzwalania przedsiębiorczości w regionie	122
5. Formy wspierania przedsiębiorczości małych i średnich przedsiębiorstw oraz ich ocena	127
Formy wspierania przedsiębiorczości małych i średnich przedsiębiorstw w regionie	128
Instytucjonalne formy wspierania przedsiębiorczości małych i średnich przedsiębiorstw	130
<i>Literatura</i>	136

Rozdział IV

Doradztwo zewnętrzne w zakresie zarządzania małymi i średnimi przedsiębiorstwami w regionie	137
1. Istota doradztwa zewnętrznego w zakresie zarządzania małymi i średnimi przedsiębiorstwami	138
Cele i zadania doradztwa zewnętrznego	139
Przedmiot doradztwa zewnętrznego	141
Metody i sposoby doradztwa zewnętrznego	141

Rodzaje i obszary doradztwa zewnętrznego	143
Wyznaczniki doradztwa zewnętrznego	146
2. Doradztwo zewnętrzne z zakresu zarządzania małymi i średnimi przedsiębiorstwami w świetle badań empirycznych — uwarunkowania i implikacje regionalne	148
Częstotliwość korzystania z usług doradców zewnętrznych	149
Główne obszary współpracy małych i średnich przedsiębiorstw w regionie z doradcami zewnętrznymi	152
Przyczyny korzystania przez małe i średnie przedsiębiorstwa w regionie z usług doradców zewnętrznych	161
Korzyści współpracy małych i średnich przedsiębiorstw z doradcami zewnętrznymi a przedsięwzięcia rozwojowe w regionie	165
3. Perspektywy rozwoju doradztwa zewnętrznego na rzecz małych i średnich przedsiębiorstw w regionie — kontekst rozwiązań systemowych	170
Rozwój regionalny a małe i średnie przedsiębiorstwa	171
Doradztwo zewnętrzne w <i>Sektorowym Programie Operacyjnym „Wzrost Konkurencyjności Przedsiębiorstw”</i>	172
<i>Literatura</i>	176

Rozdział V

Marketing w rozwoju gospodarczym regionu	177
1. Istota polityki regionalnej	177
2. Rola marketingu regionalnego	178
3. Znaczenie informacji	182
4. Marketing regionalny w świetle badań empirycznych	184
<i>Literatura</i>	197

Rozdział VI

Ekonomiczno-finansowe podstawy funkcjonowania małych i średnich przedsiębiorstw w regionie	198
1. Działania Unii Europejskiej w zakresie zasilania zewnętrznego i współdziałania małych i średnich przedsiębiorstw z samorządem terytorialnym	198
2. Instrumenty zewnętrzne umacniania pozycji ekonomiczno-finansowej małych i średnich przedsiębiorstw w regionie	204
3. Ocena sytuacji ekonomiczno-finansowej małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce — przekrój regionalny	211
4. Sytuacja ekonomiczno-finansowa małych i średnich przedsiębiorstw w świetle badań empirycznych	217
Procesy inwestycyjne	217
Finansowanie inwestycji	227
5. Instrumenty wspierania przedsiębiorczości stosowane przez badane gminy ...	232
<i>Literatura</i>	233

Rozdział VII**Małe i średnie przedsiębiorstwa w przekrojach sektorowym i regionalnym**

1. Ogólna charakterystyka rynków lokalnych i gospodarki lokalnej	235
2. Potencjał sektora małych i średnich przedsiębiorstw — przekroje sektorowy i regionalny	239
Przekrój sektorowy	239
Przekrój regionalny	246
3. Poziom rozwoju społeczno-ekonomicznego regionów jako uwarunkowanie zmian sektora małych i średnich przedsiębiorstw	256
4. Zależności między rozwojem społeczno-ekonomicznym regionu a potencjałem sektora małych i średnich przedsiębiorstw — przekrój regionalny	260
Wielkości charakteryzujące potencjał sektora małych i średnich przedsiębiorstw w przekroju wojewódzkim, wybór wielkości reprezentatywnych, utworzenie zmiennej syntetycznej	261
Zbiór informacji statystycznych o wielkościach opisujących rozwój społeczno-ekonomiczny regionu, wybór wielkości reprezentatywnych, utworzenie zmiennej syntetycznej	262
Analiza korelacji	263
Analiza modeli regresji	264
<i>Literatura</i>	269